

## **Abstrakt**

Táto diplomová práca je zameraná na módne blogy a vnímanie blogerov ich čitateľmi. Práca je rozdelená do troch častí – teoretickej, metodologickej a analytickej. V prvej z nich vykladám termíny, ktoré sú s blogovaním spojené, a teda žurnalistiku, online žurnalistiku, blog, sociálne siete, ale i postavu žurnalistu, blogera a s nimi spojený koncept názorového vodcovstva. V metodologickej časti predstavím postupy, aké som použila pre zber dát, tiež rozoberám cieľ výskumu a opíšem výskumný súbor. V poslednej časti popíšem samotný výskum, ktorý som previedla zmiešanou analýzou, kedy som využila kvantitatívne, ale i kvalitatívne postupy. Pomocou dotazníkového šetrenia som zisťovala vnímanie módneho blogera z pohľadu jeho sledujúcich, ich stotožnenie s postavou blogera, ale zvolila som i doplnkovú otázku, ktorou som skúmala, či čitatelia preferujú módne blogy alebo časopisy a taktiež dôvod ich preferencie. Výsledky potvrdzujú kladné vzťahy čitateľov k blogerovi, považujú ho za inšpiratívneho človeka, ktorý ovplyvňuje módne trendy, ale i názory na aktuálne témy. Prínos práce pozorujem v odhalení toho, čo si čitatelia o blogeroch myslia a umiestnenie blogera do spoločnosti, keďže doteraz bol problém s jeho zaradením.